

政府主导下农产品电商带货模式的价值转化逻辑与可持续性分析研究

吴雪梅

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月26日; 录用日期: 2025年10月11日; 发布日期: 2025年11月17日

摘 要

本文基于国内国际双循环新发展格局背景, 聚焦政府主导下农产品电商带货模式的价值转化逻辑及可持续性。在政策与科技的双轮驱动下, 农村电商成为推动农业转型升级和农民增收的重要途径。政府通过政策引导、资源整合与监管服务, 主导构建以直播电商为代表的农产品上行新渠道, 有效突破传统流通局限, 提升农产品市场竞争力和附加值。该模式在经济层面拓宽销售渠道、带动相关产业协同发展; 在社会层面助力巩固脱贫成果、促进城乡融合与人才回流; 在产业层面推动农业标准化、品牌化与供应链优化。同时也面临政策执行不到位、专业人才短缺、质量监管难、技术应用不足及市场竞争加剧等挑战。为此, 应加强政策宣传与落地配套, 完善人才培养体系, 构建全链条质量监管机制, 推动技术创新与应用, 并通过品牌建设和差异化策略提升市场竞争力, 以实现农产品电商带货模式的高质量与可持续发展。

关键词

政府主导, 农产品, 电商带货

A Study on the Value Transformation Logic and Sustainability Analysis of Government-Led E-Commerce Sales Models for Agricultural Products

Xuemei Wu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 26, 2025; accepted: October 11, 2025; published: November 17, 2025

文章引用: 吴雪梅. 政府主导下农产品电商带货模式的价值转化逻辑与可持续性分析研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 987-994. DOI: 10.12677/ec.2025.14113526

Abstract

Against the backdrop of China's new dual-circulation development paradigm, this paper examines the value conversion logic and sustainability of government-led e-commerce models for agricultural products. Driven by both policy and technology, rural e-commerce has emerged as a vital pathway for agricultural transformation and upgrading, as well as for increasing farmers' incomes. Through policy guidance, resource integration, and regulatory services, governments spearhead the development of new agricultural product distribution channels—represented by live-streaming e-commerce—effectively breaking traditional circulation constraints while enhancing market competitiveness and value-added potential. This model broadens sales channels and fosters synergistic industrial development economically; socially, it consolidates poverty alleviation achievements, promotes urban-rural integration, and encourages talent return; industrially, it advances agricultural standardization, branding, and supply chain optimization. However, challenges persist, including inadequate policy implementation, shortages of specialized talent, difficulties in quality oversight, insufficient technology adoption, and intensifying market competition. To address these, efforts should focus on strengthening policy promotion and implementation support, improving talent development systems, establishing comprehensive quality control mechanisms across the entire supply chain, advancing technological innovation and application, and enhancing market competitiveness through brand building and differentiation strategies. These measures will ensure the high-quality and sustainable development of the agricultural e-commerce sales model.

Keywords

Government-Led, Agricultural Products, E-Commerce Live Streaming Sales

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局背景下，畅通农产品上行渠道、增加农民收入成为关键环节。传统的农产品流通模式存在链条长、信息不对称、附加值低等痛点，致使“丰产不丰收”现象时有发生。近年来，以直播电商、社交电商为代表的新业态迅猛发展，为农产品销售开辟了新赛道。农产品电商带货通过直播、短视频等形式，将农产品直接展示给消费者，打破了传统销售模式的地域限制，拓宽了销售渠道，提高了农产品的市场流通效率。在农产品电商带货的发展过程中，政府发挥着至关重要的主导作用。2025 年中央一号文件明确推动农村电商高质量发展，支持智慧农业和农业新质生产力发展，拓展人工智能、大数据等技术在农业中的应用场景，实施数字乡村强农惠农富农专项行动[1]。商务部等 9 部门《推动农村电商高质量发展的实施意见》提出，用 5 年时间培育 100 个左右农村电商“领跑县”、10,000 名左右农村电商带头人、1000 个县域直播电商基地，基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅的农村电商服务体系[2]。从基础设施到产业融合，再到数字化升级，国家顶层设计的政策体系逐步完善，同时人工智能、5G、区块链等技术也被广泛应用于农业生产、供应链管理和品牌溯源等，推动了农村电商向新质生产力的转型。深入研究政府主导下农产品电商带货模式的价值

转化逻辑,能够为政府部门制定更加精准有效的农产品电商发展政策提供参考,促进政策的优化和完善,提高政策的实施效果,也能为农产品电商从业者提供有益的借鉴,帮助他们更好地把握市场机遇,提升运营水平,实现农产品的价值最大化,推动农业产业的转型升级和农村经济的可持续发展。

1.2. 相关概念界定

1.2.1. 农村电商

农村电商即农村电子商务。广义的农村电子商务是指利用互联网、计算机、多媒体等现代信息技术,为从事涉农领域的生产经营主体提供在网上完成产品或服务的销售、购买和电子支付等业务交易的过程;狭义的农村电子商务则仅指从事涉农领域的生产经营主体在网上销售产品或服务的过程[3]。其内涵可以从三个层面理解:一是其核心载体是数字化平台与技术,农村电商依托各类电商平台,如淘宝、京东、拼多多、抖音电商等,以及大数据、物联网和直播等数字技术,打破传统农村商贸的时空限制,农户可以通过直播平台直接向城市消费者销售农产品,或通过电商平台采购生产资料;二是其服务对象覆盖农村全产业链主体,生产者通过电商销售农产品,降低流通成本,拓宽销售渠道,消费者可通过电商购买工业品(如家电、日用品)、享受服务(如在线教育、医疗咨询),改善生活便利性,中间商主要是农村电商服务商,如物流配送、电商培训、包装设计机构等,为产业链各环节提供配套支持;三是其核心功能是连接“农产品上行”与“工业品下行”,农产品上行是指将农村的农产品(初级产品或加工品)通过电商渠道销往城市,解决“丰产不丰收”“销路狭窄”等问题,助力农民增收,而工业品下行是指将城市的工业品(如服装、电子产品、农资)通过电商渠道下沉至农村,弥补农村实体店商品种类少、价格高的短板,提升农村消费品质。

1.2.2. 政府主导

政府在农业电商发展中的主导作用主要体现在其职能上,通过宏观调控、收入分配、资源配置等方式,对经济领域和经济运行进行规划、监督、协调、服务,是通过组织和干预实现政府目的的手段、方式的总称[4]。政府在其中的角色可从几个方面理解:第一,政策与规划的制定者,政府会根据区域农业发展特点、农产品优势以及电商发展趋势,制定相关的扶持政策和发展规划;第二,资源整合与调配的主导者,政府通过整合各类资源,为农产品电商带货提供保障;第三,组织与推动的引领者,政府会主动组织和推动各类农产品电商带货活动;第四,监管与规范的实施者,为保障农产品电商带货的健康发展,政府要承担起监管和规范的责任。简言之,政府主导强调政府在农产品电商带货模式中发挥的核心引领和推动作用,通过多种手段促进农产品上行,助力农业发展和农民增收。

2. 政府主导下农产品电商带货的价值转化逻辑

2.1. 经济价值转化

2.1.1. 拓宽销售渠道,增加农民收入

传统农产品销售方式依赖本地批发市场、线下零售商等渠道,存在地域限制强、中间环节多、市场响应慢等问题。而政府主导的电商带货可突破地域壁垒,对接全国乃至全球市场,通过搭建官方电商平台、对接主流电商平台,或组织“助农直播”、“线上展销会”等活动,将原本局限于本地的农产品推向更广阔的市场。因此贵州的刺梨、云南的鲜花饼等特色农产品,可通过政府背书的直播活动被全国消费者知晓,甚至通过跨境电商进入国际市场,解决“好产品卖不出、卖不远”的问题。政府主导的电商带货不仅通过拓宽渠道直接提升销量,更从价格提升、成本降低、能力赋能三个维度助力农民增收,实现可持续增收。首先在价格提升方面,政府通过推动标准化生产、品牌化建设、溯源体系建设等,提升农产品的信任度和附加值。其次在成本降低方面,降低生产与销售成本,间接提升利润,政府通过政策补贴,

如电商运营培训补贴、物流费用补贴、包装设计补贴，降低农民的电商参与门槛，协调物流企业降低农产品快递单价，使农民在销量不变的情况下，利润空间扩大。最后在能力赋能方面，赋能农民能力建设，形成长效增收机制，政府不仅“授人以鱼”（直接组织销售），更“授人以渔”（培养农民电商技能），通过开展电商培训，让农民从“被动参与”变为“主动经营”，甚至自主开设网店、运营品牌。农民参与农村电商发展既保证了收入，又能兼顾自身家庭，与进城务工而言，提高了更多的净收入，以此实现农民生活水平富裕[5]。根据中国社会科学院财经战略研究院课题组等联合发布的《数智化电商产业带发展研究报告》显示，2020年至2022年，产业带内农村居民人均可支配收入因直播电商增加了4.1个百分点，电商产业带数智化转型有效促进了农民增收。

2.1.2. 带动相关产业发展，促进经济增长

政府主导的农产品电商带货并非单一的销售模式创新，而是以点带面激活农村经济生态的重要引擎，其对物流、包装、加工等相关产业的协同带动作用正逐步显现并不断深化。在物流领域，为解决农产品运输保鲜难题，政府常会推动冷链物流体系建设，不仅带动冷链车制造、冷库建设等产业发展，还催生了县域内的分拣、包装配套企业，甚至吸引快递企业下沉布局村级服务点，创造大量运输、仓储岗位。在加工环节，为提升农产品附加值，政府会引导建设精深加工厂房，将初级农产品转化为果干、杂粮礼盒等产品，这既带动了食品加工设备制造、包装设计产业的需求，也让本地劳动力实现就近就业。同时，农产品带货还会激活电商服务、文旅等关联产业。雷山县结合农产品品牌打造地域文旅IP，促进茶文旅融合发展，紧扣西江千户苗寨、郎德上寨、雷公山等一批核心景区，开展茶叶进景区活动。在西江千户苗寨景区开设雷山银球茶专营店，结合苗族习俗增添了“十二道拦门茶”“敬茶歌”等茶产业旅游内容，精心打造茶文化旅游品牌，带动民宿、餐饮、农产品采摘等产业发展。这些产业的联动发展，不仅能增加地方税收，还能提升居民收入水平，进而拉动本地消费，形成“产业发展-就业增收-消费升级-经济增长”的良性循环，推动区域经济从传统农业主导向多元产业协同的模式转型。截至2024年，我国乡村消费品零售额达66,729亿元，同比增长4.3%，增速高于城镇0.9个百分点，农村网络零售额同比增长6.4%，其中农产品网络零售额增幅达15.8% [6]。

2.2. 社会价值转化

2.2.1. 巩固脱贫成果与乡村振兴衔接

在巩固脱贫成果和乡村振兴有效衔接战略中，政府主导的农产品电商带货不仅是打通产销壁垒的“数字桥梁”，更成为激活农村经济内生动能的核心引擎。脱贫地区较依赖特色农产品，但过去常因渠道不畅、抗风险能力弱面临返贫风险，政府主导的带货通过对接电商平台开设助农专区、组织政企采购订单，能确保脱贫户的农产品“种得出、卖得好、价稳得住”，从根本上防范返贫致贫风险，夯实脱贫成果的物质基础。近年来，在各级党委、政府的扶持下，银川市于2019年成立了闽宁禾美电商扶贫车间，其通过“电商+农业、旅游”，建立以精准帮扶、扶智带动、助困、助残、助农于一体的帮扶综合服务体系，培育出“闽宁巧媳妇”本土农民电商运营团队，农村留守妇女变身产品推销员、村情讲解员、民风宣传员、乡游代言员，开办“巧媳妇创业超市”，日订单超过1000单，人均工资2400~3500元/月，直接带动近百名、间接带动近千名农村贫困劳动力就地就业、脱贫致富[7]。同时，农产品电商的发展也吸引了大量的青年人才回流农村，为乡村振兴注入了新的活力。截至2023年，我国电子商务从业人数较2018年的3300万人实现倍增，2024年突破7000万人，直播电商市场规模达4.9万亿元，同比增长35.2%，抖音平台农村电商达人数量实现年度105%增长，印证下沉市场布局加速[8]。返乡创业的年轻人不仅带回技术，更带来新的经营理念：有的成立农业合作社，推动分散种植向规模化、标准化转型[9]；有的挖掘地域文化内涵，为农产品设计特色包装、注册地理标志商标，提升产品附加值[10]；还有的搭建“电商+

文旅”融合平台，让消费者在购买农产品的同时，体验乡村研学、农事采摘，带动乡村旅游发展[11]。这些青年力量的回归，不仅盘活了农村闲置资源，更推动了农村产业结构升级，让乡村从“单一产粮”转向“多元增收”，为乡村振兴注入了可持续的活力，实现了从“输血式扶贫”到“造血式振兴”的根本转变。

2.2.2. 促进城乡融合发展

农产品电商带货加强了城乡之间的经济联系和信息交流。城市消费者通过电商平台购买农产品，能够更加了解农村的生产生活情况，增强对农村的认同感和归属感。农村地区也能通过电商平台接触到城市的市场需求和消费观念，从而及时调整农业生产结构，生产出更符合市场需求的农产品。这种城乡之间的互动与交流，促进了城乡资源的优化配置和要素的自由流动，缩小了城乡差距，推动了城乡融合发展。一些城市消费者通过电商平台购买农村的有机农产品，与农户建立了长期的合作关系，不仅满足了自身对健康食品的需求，还支持了农村的农业生产，促进了城乡之间的良性互动。此外，城市消费者通过直播直观感受乡村风貌、农耕文化，也激发了乡村旅游、农事体验等新业态发展，推动城乡从“产品互通”向“文化互融、人员互动”升级，真正实现以城带乡、以乡促城的良性循环，为城乡融合发展注入持久动力。

2.3. 产业价值转化

2.3.1. 推动农业产业升级

政府主导的农产品电商带货促使农业生产向标准化、品牌化、绿色化方向发展。为了满足电商平台的销售要求和消费者的需求，农产品生产企业和农户开始注重农产品的质量和品质，加强了标准化生产管理。同时，为了提高农产品的市场竞争力，各地政府纷纷推动农产品品牌建设，打造具有地方特色的农产品品牌。不少地方政府通过挖掘农产品背后的文化内涵与生态优势，为土特产赋予地域名片属性，如陕西洛川苹果、云南鲜花饼等，借助电商平台的流量优势实现“出圈”。在绿色化发展层面，消费者对健康、环保农产品的需求升级，与政府推动的农业绿色转型政策形成共振。政府通过发放绿色生产补贴、推广生态种植技术、建设绿色农业示范基地等方式，引导生产企业和农户减少化学农药、化肥的使用，转而采用生物防治、有机肥替代等绿色生产模式。2021年以来，山东省潍坊市以中央网信办组织开展的区块链创新应用试点建设为契机，聚焦农产品质量安全问题，探索区块链在农产品追溯系统中的应用，推动农产品质量安全监管数字化转型。如今，潍坊市已实现对西瓜等8种果蔬的数字化管理，建成了从田间到餐桌的全产业链可信溯源运行机制，“区块链+蔬菜”质量追溯创新应用入选首批50个数字中国建设典型案例，有效推动了数字乡村建设[12]。

2.3.2. 优化农产品供应链

政府主导农产品电商带货模式的发展推动了农产品供应链的优化和升级。政府通过整合物流资源、建设冷链物流设施、加强供应链管理等措施，提高了农产品供应链的效率和稳定性。在物流配送方面，政府与物流企业合作，优化物流配送路线，降低物流成本，实现了从田间到消费者手中的“当日达”“次日达”，确保农产品新鲜度与配送准确性。在冷链物流建设方面，政府加大投入，建设了一批冷藏保鲜设施和冷链物流配送中心，保障了农产品在运输和储存过程中的质量安全。此外，政府还通过建立农产品供应链信息平台，实现了供应链各环节的信息共享和协同运作，这种信息共享机制不仅提升了供应链管理效率，更增强了供应链的透明度，消费者可通过平台追溯农产品来源，进一步提升了对农产品质量的信任度，为农产品电商带货模式的可持续发展奠定了坚实基础。四川省连续10年专门出台农产品产地初加工和产地冷藏保鲜设施建设惠民政策，累计争取中央、省级农产品产地初加工和产地冷藏保鲜设施

建设专项资金近 20 亿元，撬动社会工商资本和民间投资超过 60 亿元。2023 年全省累计建成农产品产地初加工设施 5.8 万座，全省农产品产地初加工率达 66%，推广产地预冷、储藏保鲜、烘干切制等产地初加工技术 10 余项^[13]。

3. 政府主导下农产品电商带货的可持续性分析

3.1. 面临的挑战

第一，在政策落实层面，虽然政府出台了众多支持农产品电商带货的政策，但部分政策在基层的落实过程中存在执行不到位的情况。一些地方政府对政策的宣传和解读不够深入，导致农产品电商企业和农户对政策的知晓度和理解度不足，无法充分享受政策带来的优惠和支持。同时部分政策的配套措施也不完善，在资金扶持、税收优惠等方面，缺乏具体的实施细则和操作流程，使得政策在执行过程中遇到困难，难以达到预期效果。

第二，人才短缺是制约农产品电商带货模式发展的重要因素之一。农产品电商所需的“农业 + 电商 + 直播”复合型人才短缺，表面是农村人才外流的客观现实，实则与政府在人才培育、引进、留存中的主导作用缺失相关。在育才层面，政府未针对农村实际设计定向培训体系，导致现有从业者多局限于产品简单介绍，无法满足行业需求；在引才与留才层面，政府未出台针对性激励政策，如返乡人才创业补贴、住房优惠等，也未改善农村医疗、教育等公共服务配套，难以吸引年轻人回流；同时，政府未搭建人才对接平台，外部专业人才与农村电商主体间存在信息壁垒。若缺乏政府主导的人才支撑体系，仅靠市场自发调节，农村人才短缺问题将持续加剧。

第三，质量监管是农产品电商带货模式发展中面临的关键问题。农产品质量监管是政府的法定职责，当前质量标准不统一、监管漏洞频发等问题，直接反映政府主导的监管体系建设不完善。一是部分政府未制定区域性农产品统一质量标准，不同农户、地区的农产品在品质、规格上差异显著，缺乏明确的分级与检测依据，导致市场产品质量参差不齐；二是基层检测能力不足，政府未投入资金升级乡镇级检测设备，无法实现农产品“产前 - 产后”全流程检测；三是协同监管机制缺失，农业、市监、电商平台间缺乏联动，存在监管盲区，部分劣质产品流入市场。一旦出现质量问题，不仅损害消费者利益，更冲击行业声誉，而这一切均源于政府主导的质量监管体系不完善。

第四，尽管大数据、人工智能、物联网等先进技术在农产品电商领域具有广阔的应用前景，但目前技术应用水平仍有待提高，这与政府主导的技术普及和支持体系缺位相关，这类技术具有高投入、长周期的特点，农户和中小电商企业难以独立承担应用成本。但政府未针对技术应用提供有效支持：在认知层面，未组织技术推广培训，企业和农户对大数据分析消费者需求、物联网溯源等功能认知不足；在资金层面，未设立技术应用补贴，购买检测设备、搭建溯源系统的成本过高；在平台层面，未主导建设区域性公共技术平台，如统一的农产品大数据中心、全链条溯源系统，导致企业无法低成本获取技术资源。政府公共技术供给的不足，使得技术难以转化为行业发展动力。

第五，农产品电商带货市场涌入了大量参与者，包括各类电商平台、农产品供应商和主播等，这导致市场份额的争夺愈发激烈，产品同质化问题严重，许多农产品在品质、包装、营销等方面缺乏差异化竞争优势，这并非单纯的市场规律作用，而是政府主导的产业规划与市场调控缺位所致。一方面，政府未结合地方资源禀赋制定特色产业规划，导致多地盲目跟风种植热门农产品，如全网扎堆销售柑橘、苹果，缺乏区域特色；另一方面，政府未建立市场准入标准，劣质产品充斥市场加剧同质化，且未对中小电商企业提供针对性支持，如流量扶持、供应链补贴，导致大型平台凭借资源优势垄断市场。政府产业规划与调控的缺失，让市场陷入“低价竞争 - 利润压缩 - 品质下降”的恶性循环。

3.2. 应对策略

第一，加强政策宣传与培训。为解决政策落实问题，政府首先应加强政策宣传与培训，通过线上线下相结合的方式，如举办政策解读会、发布政策宣传手册、开展线上培训课程等，提高农产品电商企业和农户对政策的知晓度和理解度；其次要完善政策配套措施，制定详细的实施细则和操作流程，明确各部门的职责分工，加强部门之间的协调配合，确保政策能够顺利实施；最后建立政策执行的监督和评估机制，定期对政策的执行情况进行检查和评估，及时发现问题并加以改进，提高政策的实施效果。

第二，培养专业人才。加强农村电商人才培养体系建设，政府应与高校、职业院校合作，开设农产品电商相关专业和课程，培养具有系统专业知识的电商人才。鼓励高校和职业院校与农产品电商企业建立实习实训基地，为学生提供实践机会，提高学生的实际操作能力^[14]。针对现有的农产品电商从业人员，通过线上线下相结合的方式，开展电商运营、直播带货技巧、农产品营销等方面的培训课程，提升其业务能力。同时，邀请行业专家和成功的电商从业者进行经验分享和案例分析，拓宽从业人员的视野和思路。

第三，完善质量监管。政府应从几个方面着手：组织相关部门和行业协会，制定统一的农产品质量标准 and 分级体系，明确农产品的质量要求、检测方法和等级划分标准，使农产品质量有章可循；加强质量检测与监管，加大对农产品质量检测设备和技术的投入，提高检测能力和水平；建立健全农产品质量安全追溯体系，利用物联网、区块链等技术，实现对农产品生产、加工、运输、销售等全过程的信息记录和跟踪，确保农产品质量安全可追溯；加强监管部门之间的协同合作，建立联合执法机制，加大对农产品质量违法行为的打击力度，保障消费者的合法权益。

第四，推动技术创新。政府应加大对农产品电商技术研发的支持力度，通过设立专项科研基金，鼓励高校、科研机构与农产品电商企业开展产学研合作，共同攻克技术难题，推动大数据、人工智能、物联网等先进技术在农产品电商领域的应用；针对现有的电商从业人员，对他们加强技术培训与推广，组织开展针对农产品电商企业和农户的技术培训活动，提高其对新技术的认识和应用能力；建设农产品电商技术服务平台，为企业和农户提供技术咨询、技术支持和技术解决方案，促进技术的普及和应用。

第五，提升市场竞争力。鼓励农产品电商企业和农户深入挖掘农产品的特色和优势，如地域特色、品种特色、种植养殖方式特色等，通过品牌建设、产品创新、个性化包装等方式，打造具有差异化竞争优势的农产品；加强品牌建设，加大对农产品品牌的培育和扶持力度，引导企业树立品牌意识，制定品牌发展战略，通过广告宣传、公关活动、电商平台推广等多种渠道，提升农产品品牌的知名度和美誉度^[15]。同时，注重品牌保护，打击假冒伪劣产品，维护品牌形象。

4. 结论

政府主导的农产品电商带货模式是顺应数字经济发展与乡村振兴战略的重要实践，其在推动农产品上行、促进农民增收与农村产业升级方面展现出显著成效。通过政策引导与资源整合，该模式不仅打破了传统流通的限制，实现了经济价值的转化，还促进了城乡融合、人才回流与社会结构的优化，更推动了农业供应链的现代化与绿色转型。然而，当前发展仍受制于政策落实不足、人才缺乏、监管难度大、技术应用不深与市场竞争激烈等多重挑战。未来，应进一步强化政府、企业与农户的协同机制，注重政策实施的精准性与实效性，加大复合型人才培养与技术融合应用，构建全程可追溯的质量监管体系，并通过品牌赋能与产业融合提升核心竞争力。唯有如此，才能实现农产品电商带货模式的长期稳健发展，使其持续发挥助农惠农、促进乡村全面振兴的重要作用。

参考文献

- [1] 新华社. 中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见[EB/OL].

- https://www.gov.cn/zhengce/202502/content_7005158.htm, 2025-09-22.
- [2] 商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见 2024[J]. 财会学习, 2024(10): 1-2.
- [3] 邵占鹏. 农村电子商务的兴起与新型城镇化的破局[J]. 江汉大学学报(社会科学版), 2015, 32(1): 20-25, 122-123.
- [4] 薛程隆. 政府主导下农产品直播问题研究[D]: [硕士学位论文]. 郑州: 河南农业大学, 2022.
- [5] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.
- [6] 开拓农村消费增量空间[J]. 中小企业管理与科技, 2025(8): 5.
- [7] 宁夏回族自治区农业农村厅. 银川市闽宁禾美电商帮扶车间典型案例荣获国际奖项[EB/OL].
https://www.yinchuan.gov.cn/xxgk/bmxxgkml/snmj/xxgkml_2283/nqdt/202411/t20241104_4716696.html, 2025-10-13.
- [8] 商务部. 中国电子商务人才发展报告[EB/OL]. <http://www.100ec.cn/detail--6636990.html>, 2025-10-13.
- [9] 刘久锋, 刘佳兴. “归雁经济”为乡村振兴添活力[N]. 农民日报, 2025-06-18(001).
- [10] 王安琪. 乡村振兴视角下山西省地理标志农产品区域公共品牌价值提升研究——以“山西小米”为例[J]. 南方农机, 2025, 56(17): 87-91.
- [11] 詹绍文, 何夷伦, 邓雨龙. 农文旅产业链群式共创及治理机制研究——基于“延安有我一棵苹果树”的案例分析[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2025(5): 34-44.
- [12] 山东省人民政府. 山东坚持以信息化培育新动能, 让更多企业群众享受数字红利[EB/OL].
http://www.shandong.gov.cn/art/2025/2/17/art_97904_665448.html, 2025-10-13.
- [13] 黄巧莲. 农产品加工产业与乡村振兴协同发展路径研究——以四川省为例[J]. 南方农机, 2025, 56(14): 76-79.
- [14] 颜雪. 乡村振兴视域下洛阳市特色农产品直播带货路径优化研究[J]. 内蒙古科技与经济, 2025(5): 72-75.
- [15] 胡可鑫. 数字经济背景下乡村农产品直播带货现状及优化策略研究[J]. 商场现代化, 2024(16): 28-30.